



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN PRODUK MITRA IQRO
(Studi Kasus AJB Bumi Putera Kota Cirebon)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (SE.Sy)
Pada Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam Fakultas Syariah**



Oleh :

MILA KAMILAH

NIM 58320194

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI
CIREBON
2013 M/1434 H**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

ABSTRAK

Mila kamilah: Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Mitra Iqra (Studi kasus di AJB bumiputra kota Cirebon)

Promosi merupakan bagian penting dalam bauran pemasaran baik dalam perusahaan barang maupun jasa. Asuransi AJB sebagai sebuah lembaga keuangan yang relative baru tidak terlepas dari kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah anggota. Pada dasarnya promosi bertujuan mempengaruhi peningkatan volume penjualan melalui peningkatan jumlah anggota, tetapi tujuan utama promosi adalah, memberitahukan, membujuk serta mengingatkan akan produk yang dihasilkan AJB. Tanpa promosi jangan diharapkan masyarakat dapat mengenal AJB, promosi merupakan sarana penting untuk menarik dan mempertahankan anggotanya, penggunaan strategi promosi yang tepat akan menentukan minat masyarakat untuk bermitra dengan AJB Bumi Putra.

Perumusan masalah dalam skripsi ini adalah bagaimana gambaran strategi promosi yang diterapkan pada AJB BumiPutra kota Cirebon. Bagaimana gambaran peningkatan volume penjualan pada AJB BumiPutra kota Cirebon. Serta pengaruh promosi terhadap peningkatan volume penjualan.

Tujuan penelitian ini adalah ingin memperoleh data mengenai strategi promosi yang diterapkan pada AJB Bumi Putra kota Cirebon, ingin memperoleh data mengenai peningkatan volume penjualan pada AJB Bumi Putra kota Cirebon. Serta Ingin mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap peningkatan volume penjualan.

Penelitian dilakukan dengan metode survey dengan pengumpulan data melalui studi kepustakaan, Wawancara, observasi, dan kuisioner dari para responden yang diambil sampelnya dengan menggunakan sampling jenuh, dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden, data diolah dengan menggunakan spss, hasil data tersebut diuji dengan menggunakan udit statistic dan koefisien determinasi.

Dari hasil uji regresi, di ketahui besarnya pengaruh variabel strategi promosi terhadap peningkatan volume penjualan produk mitra iqra sebesar 73,1% dan besarnya pengaruh variabel-variabel lain diuar model terhadap strategi promosi sebesar 26,9%. Hasil penelitian ini menginformasikan bahwa strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan produk mitra iqra.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

PENGESAHAN

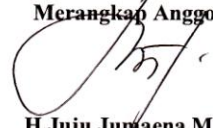
Skripsi yang berjudul *"Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Mitra Iqra (di AJB Bumiputra kota Cirebon)"* Oleh Mila Kamilah NIM: 58320194, telah diujikan pada sidang Munaqosah Fakultas Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 22 Agustus 2013. Skripsi ini telah diterima sebagai salah-satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Syari'ah (S.Sy) pada jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam (MEPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 22 Agustus 2013

Sidang Munaqosah


**Ketua
Merangkap Anggota**

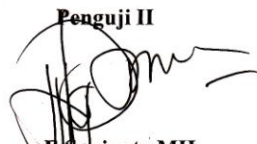
Dr.H.Aan Jaelani,M.Ag
NIP: 19750601 200501 008


**Sekretaris
Merangkap Anggota**

H.Juiu Jumaena,MH
NIP: 19720514 200312 1 003

Anggota:


Penguji I
Eef Saefulloh,M.Ag
NIP: 19760312 200312 1 003


Penguji II
H.Sugianto,MH
NIP: 19670208 200501 1 003



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT, kita memuji-Nya, memohon pertolongan kepada-Nya, dan meminta ampunan kepada-Nya, shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Rosulullah Muhammad SAW, keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan para pengikutnya yang senantiasa istiqomah di jalan Islam hingga akhir zaman kelak.

Skripsi ini hanya dapat terselesaikan berkat pertolongan Allah SWT, serta bimbingan, bantuan, dorongan dan nasehat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Maksun Muktar, MA, selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon;
2. Bapak Dr. Achmad Kholiq, M.Ag, selaku Dekan fakultas Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon;
3. Bapak Sri Rokhlinasari, SE.M..Si selaku pembimbing skripsi I atas bimbingan dan Motivasinya;
4. Bapak Dr.Moch Endang Djunaedi, MM selaku pembimbing skripsi II atas bimbingan dan motivasinya;
5. Bapak Eef saefulloh,M.Ag selaku dosen penguji 1
6. Bapak E.Sugianto, MH selaku dosen penguji II.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

7. Bapak dan ibu dosen beserta Seluruh Staff karyawan Fakultas Syari'ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon;
8. Bapak Andi, selaku Menejer AJB Bumiputra Syariah atas pemberian izin penelitian;
9. Para karyawan AJB bumiputra yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian;
10. Ibunda, Ayahanda, beserta semua keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan untuk penulis hingga sekarang;
11. Teman-teman mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon, khususnya mahasiswa MEPI;
12. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
Semoga amal baik mereka semua mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT sesuai kebaikan yang telah mereka lakukan untuk peneliti.
Dengan kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Namun, penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi yang membaca.

Cirebon, Agustus 2013

Penulis



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR ISI

ABSTRAK

PENGESAHAN

PERSETUJUAN

NOTA DINAS

PERNYATAAN OTENSITAS

RIWAYAT HIDUP

TRANSLITERASI

MOTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

BAB I	PENDAHULUAN.....	1
	A. .Latar Belakang.....	1
	B. Rumusan Masalah	7
	C. Tujuan penelitian.....	7
	D. Kegunaan penelitian.....	8
	E. Sistematika penulisan.....	8
BAB II	LANDASAN TEORI.....	10
	A. Asuransi Syari'ah	10
	B. Latar Belakang Bumi Putra	11
	C. Landasan Hukum Asuransi Syariah	13
	D. Prinsip –Prinsip Asuransi Jiwa Bersama Bumiputra	14
	E. Produk –Produk Asuransi Jiwa Bumiputra	15
	F. Pengertian Produk Mitra Iqra.....	16
	G. Pemasaran Jasa.....	17
	H. Pengertian Strategi Promosi	21



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

I. Pengertian Volume Penjualan	26
J. Penelitian terdahulu.....	35
K. Kerangka pemikiran.....	37
L. Hipotesis.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Objek Penelitian	40
B. Operasional Variabel	40
C. Data Penelitian.....	43
D. Jenis Data	43
E. Sumber Data	43
F. Populasi dan Sampel.....	44
G. Teknik Pengumpulan Data	44
H. Teknik Analisis Data	47
I. Tekhnik Analisa data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Umum Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912.....	52
B. Gambaran Distribusi Variabel	62
C. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produksi Asuransi Mitra Iqra.....	87
D. Analisis Data.....	90
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah memiliki peranan yang sangat strategis dalam perekonomian nasional. Hal ini didasarkan pada pandangan bahwa sistem bunga yang diterapkan pada lembaga keuangan konvensional bertentangan dengan syariat Islam dan mengakibatkan ketidakadilan akibat penyerahan resiko usaha hanya kepada salah satu pihak. Seiring dengan diberlakukannya UU No.10 Tahun 1998, terlihat adanya perkembangan dari industri lembaga keuangan syariah yang cukup signifikan serta tatanan sistem kelembagaan keuangan Indonesia pun mengalami perubahan secara mendasar. Dari sini AJB Bumiputra lahir.

Sejarah berdirinya AJB Bumiputra 1912 syariah tidak bisa dilepaskan dari profil perusahaan induk asuransi syariah ini, yaitu AJB Bumiputra 1912 yang merupakan perusahaan asuransi tertua di Indonesia, dalam hal ini latar belakang berdirinya asuransi jiwa bersama (AJB) Bumiputra 1912 dilandasi dengan sebuah niat yang tulus dan ikhlas serta itikad baik untuk turut serta meningkatkan kesejahteraan para anggota *Persatoean Goeroe Goeroe Hindia Belanda* (PGHB) pada awalnya. Atas dasar niatan baik inilah maka tiga orang guru Hindia Belanda yang terdiri dari Mas Adimidjojo, Mas Ngabei Dwidjosewojo, Mas Karto Hadi Soebroto mendirikan sebuah perusahaan asuransi jiwa dengan nama *Onderlinge*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Levensverzekering Maatschapij persatoean Goeroe-Goeroe Hindia Belanda dengan **OLMij PGHB** pada tanggal 12 febuari 1912 dimagelang. Menilik dari namanya ruang lingkup perusahaan asuransi ini pada awalnya terbatas hanya mengurus aspek kesejahteraan guru-guru hindia belanda yang berada dalam lingkup organisasi PGHB yang menjadi anggotanya.

Sejalan dengan semakin luasnya cakupan usaha yang ditangani perusahaan asuransi ini berganti nama menjadi **OLMij Boemi Poetra**. Nama Bumiputra inilah yang tetap melekat dan dijadikan sebagai jati diri perusahaan untuk selanjutnya, Beberapa penyusaian nama kemerdekaan hanya membawa akibat pada pengindonesiaan istilah-istilah dalam nama perusahaan yang memakai bahasa belanda menjadi nama yang disesuaikan dengan bahasa Indonesia, sehingga perusahaan ini kemudian berganti nama menjadi Asuransi Bersama Bumiputra 1912 yang tetap bertahan sampai sekarang.

Asuransi merupakan lembaga solidaritas sekaligus lembaga ekonomi rakyat kecil untuk bersaing di pasar bebas. Asberupaya mengkouransi mbinasikan unsur-unsur iman, taqwa uang, materi secara optimum sehingga di peroleh efesiensi dan produktifitas, dengan demikian membantu para anggotanya untuk bersaing secara efektif, semakin besar nilai tambah yang dapat di ciptakan semakin besar pula dana yang dapat di salurkan kepada pihak-pihak yang defisit sehingga kemiskinan di sekitar lokasi Asuransi akan cepat teratasi. (Muhammad, 2002:129)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Walaupun kehadiran lembaga keuangan syariah di Indonesia sudah lama dirindukan, akan tetapi respon umat Islam terhadap keberadaan asuransi sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang masih beragam. Karena itu perlu sekali diadakan sosialisasi dan promosi kepada masyarakat Muslim di asuransi, Sosialisasi yang dilakukan tidak hanya berdasarkan demografi, tetapi juga kelompok atau organisasi masa yang harus diincar tidak hanya emotional market tetapi juga rasional marketnya. (Iman Hilman.2003:55)

Berdirinya AJB Bumiputra disambut baik oleh masyarakat sekitar. Namun pada kenyataannya AJB Bumiputra masih belum dikenal oleh semua lapisan masyarakat baik dari segi keberadaan, prinsip operasionalnya, mekanisme maupun produk-produknya. Bahkan masih banyak anggota AJB Bumiputra yang memang belum memahami produk yang mereka beli/gunakan. Hal ini disebabkan masih kurang optimalnya sosialisasi serta promosi yang dilakukan oleh AJB Bumiputra, sehingga mengakibatkan perkembangan AJB Bumiputra belum memuaskan.

Strategi pemasaran yang *local oriented* juga berdampak pada lemahnya upaya asuransi untuk mensosialisasikan produk-produknya di luar masyarakat dimana asuransi berbeda, guna mengembangkan asuransi maka upaya-upaya meningkatkan teknik pemasaran perlu dilakukan, guna memperkenalkan ekstansi asuransi ditengah-tengah masyarakat (Heri Sudarsono,2003:109).



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Sebagai lembaga keuangan yang belum lama lahir, AJB bumiputra membutuhkan sosialisasi dan promosi secara lebih optimal kepada masyarakat. Keaktifan pengelola dalam memasarkan produknya merupakan komponen terpenting diantara komponen-komponen penting lainnya yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga. (Makhllul ilmi, :2002:61)

Inovasi dalam pemasaran dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan secara langsung melalui peningkatan penjualan, melalui terobosan dalam media periklanan, semboyan, atau saluran pemasaran serta sarana promosi yang lainnya.

Para pengguna produk atau jasa perusahaan yang belum lama berdiri adalah merupakan pengguna yang pertama. Dengan demikian tugas pemasaran adalah mendorong dan mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan produk yang dihasilkan tersebut. Melalui promosi masyarakat diberi informasi mengenai sifat pokok dan fungsi produk tersebut, serta meyakinkan bahwa produk tersebut dapat memenuhi fungsinya, dan meyakinkan pula bahwa risiko penggunaan produknya secara rasional ditanggung oleh adanya manfaat yang potensial. (Michael E. Porter, 1993:192)

Bagi lembaga keuangan yang merupakan dunia usaha kegiatan pemasaran merupakan kebutuhan utama. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelangganya akan terpenuhi. Pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Pemasaran modern memerlukan lebih dari sekedar mengembangkan produk yang baik,menawarkanyadijangkau.Perusahaan juga harus berkomunikasi dengan para pemercaya (stakeholder) yang ad sekarang dan

yang potensialserta masarakat umum. Setiap perusahaan tidak dapat menghindari peranya sebagai komunikator dan promotor.

Elemen-elmen Promosi terdiri atas 5 cara utama yaitu:

1. periklanan,semua bentuk penyajian dan promosi non personal atas ide,barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan sponsor tertentu.
2. Promosi penjualan,berbagai insensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.
3. Hubungan masarakat dan publitas,berbagai produk untuk mempromosikan dan atau melindungi citra perusahaan atau masing-masing produknya
4. Penjualan pribadi,interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih guna melakukan presentasi,menjawab pertanyaan dan menerima pesanan
5. Pemasaran langsung,penggunaan surat,telepon,faksimil,e-mail dan alat penghubung non personal lain untuk berkomunikasi secara langsung dari pelanggan dan calon pelanggan tertentu.

Strategi iklan,promosi penjualan,penjualan personal dan hubungan masyarakat (public relation) semua itu digunakan untuk membantu Asuransi Bumi Putra berkomunikasi dengan anggota dan calon anggotanya,strategi promosi memainkan peranan penting dalam menempatkan posisi produk di mata dan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

dibenak pembeli promosi memberitakan meningkatkan dan membujuk pembeli serta pihak lain yang berpengaruh dalam proses pembelian (David w.1996:88:89).

Tujuan setiap perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang maximal dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama, untuk mencapai tujuan tersebut asuransi harus melakukan usaha agar produk atau jasanya laku terjual, promosi merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dihasilkan asuransi. Tanpa promosi jangan diharapkan masyarakat akan mengenal asuransi.

Pada umumnya perusahaan mempunyai 3 tujuan umum dalam penjualan yaitu:

1. mencapai volume penjualan tertentu
2. mendapatkan laba tertentu
3. menunjang pertumbuhan perusahaan

Walaupun promosi bukan satu-satunya cara untuk meningkatkan volume penjualan, tetapi cukup punya andil dalam mempengaruhi pencapaian target penjualan, tetapi masih harus dilaksanakan dengan cara serta media yang terkait dan sesuai sehingga Promosi menjadi efektif dan diharapkan dapat mencapai sasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

B. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

- a. Bagaimana gambaran strategi promosi yang dilakukan pada AJB Bumiputra Cirebon?
- b. Bagaimana gambaran peningkatan volume penjualan pada AJB Bumiputra Cirebon?
- c. Seberapa besar pengaruh promosi terhadap peningkatan volume penjualan produk Asuransi Mitra Iqra?

2. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari luasnya pembahasan dalam skripsi ini maka penulis membatasi masalah ini hanya pada pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan volume penjualan di AJB Bumiputra Cirebon.]

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan pada AJB bumiputra kota cirebon
- b. Untuk mengetahui gambaran peningkatan volume penjualan pada AJB bumiputra kota cirebon
- c. Untuk mengetahui signifikasi besarnya pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan volume penjualan produk mitra iqra



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

D. Kegunaan penelitian

- a. Bagi penulis saya untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan, sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam ada jurusan Syariah Sekolah Tinggi agama islam Negri
- b. Bagi asuransi sebagai bahan masukan agar kelemahan-kelemahan dan kekurangan-kekurangan dapat diperbaiki.
- c. Bagi para pembaca dapat dijadikan bahan untuk menambah pengetahuan.

E. Sistematika Penelitian

Bab I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua penulis menempatkan landasan teori, dengan berargumen bahwa tinjauan pustaka digunakan untuk mendukung penyusunan teori dan konsep dari judul penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, meliputi: pengertian strategi promosi terhadap peningkatan volume penjualan produk mitra iqra, selain itu pada



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

bagian ini ini juga disajikan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan dimasa lalu,kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

Bab III : METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai sumber data, definisi variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data.

Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian secara sistematis,kondisi objektif AJB Bumiputra kota Cirebon yang akan digambarkan serta di analisis dengan menggunakan metodologi penelitian yang ditetapkan.untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi promosi terhadap peningkatan volume penjualan produk mitra iqra.

Bab V : PENUTUP

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dan saran



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- Mandar Maju. 1989. *Manajemen Kepegawaian*. Bandung. Hal. 165
- Sugiono. 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Ismanto, Kuat. *Asuransi Syari'ah*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- Sula, Muhammad Syakir. *Asuransi Syari'ah*. Jakarta: Gema Insani
- Jawari Yadi, *Asuransi Syari'ah*. Bandung: Pustaka Quraissy
- Ali Zainudin. *Asuransi Syari'ah*. Jakarta: Sinar Grafika
- Alma Bukhori, 2004, *Manajemen Pemasaran*.Jasa Bandung Alfabeta.
- Ampora, Manus P. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*, jakarta:PT. Raja Grafindo Persada
- Arikunto,Suharsimi. 1999. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:Rineka cipta
- Asauri Sofjan, 1990, *Manajemen Pemasaran dasar Konsep dan strategi*. Jakarta: Rajawali Press
- E, Porter, Michael. 1993. *Strategi Bersaing*. Jakarta erlangga
- H. Bangs Jr, David.1995. *Pedoman Menyusun Rencana Pemasaran*. Jakarta: erlangga
- Hilman, Imam. 2003. *Perbankan Syariah Masa Depan*. Jakarta:Senayan Abadi Publishing
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Raja Grafindo
- Mc. Charty, E. Jerome (Peterjemah Agus Darma). 1993. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta:Erlangga
- Muhamad. 2002. *Kebijakan fiskal dan Moneter dalam Ekonomi islam*. Bandung: Salemba
- Nasution. Arman Hakim. 2006. *Manajemen Pemasaran untuk Engineering*. Yogyakarta:ANDI
- Saladin. Djaslim. 1997. *Intisari manajemen Pemasaran*. Bandung IPTEK



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Ilmi. Makhalul. 2002. *Teori dan Praktek Lembaga Keuangan Mikro keuangan syariah*. Yogyakarta:UII rewss

Tanjung . hendri. 2005. *Prospek bank syariah pasca fatwa MUI*. Yogyakarta:Suara Muhamadiayah

Umar. Husain. 2003. *Metode riser Bisnis. Jakarta* :PT. Gramedia Pustaka ilmu

Sugiono, 2004, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

Sudarsono, Heri, 2009, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Ekonisia

W. Cravers David, 1996, *Pemasaran Strategi*, Jakarta: Erlangga

W. Foster, Douglas, 1985, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga